



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** Współczesne oblicze niemieckiej nauki o komunikowaniu

**Author:** Zbigniew Oniszcuk

**Citation style:** Oniszcuk Zbigniew. (2012). Współczesne oblicze niemieckiej nauki o komunikowaniu. W: M. Kita, M. Ślawska (red.), "Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1, Stan wiedzy i postulaty badawcze" (S. 63-71). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

## Rozdział czwarty

# Współczesne oblicze niemieckiej nauki o komunikowaniu

Zbigniew Oniszcuk

Wydział Nauk Społecznych  
Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa,  
Zakład Dziennikarstwa

Współczesna niemiecka nauka o komunikowaniu (*Kommunikationswissenschaft*) obejmuje w ujęciu strukturalnym dziewięć zasadniczych elementów składowych, tworzących całościowy obszar badań i dociekań tej dyscypliny naukowej<sup>1</sup>:

1. Główne obszary badawcze (*Forschungsfelder*):
  - badania nad nadawcą, komunikatorem (*Kommunikatorforschung*),
  - badania nad zawartością mediów masowych (*Medieninhaltsforschung*),
  - badania samych mediów masowych, ich właściwości i specyfiki (*Medienforschung / Medienanalyse*),
  - badania społecznego odbioru mediów masowych (*Medienneutzungsfor-*  
*schung*),
  - badania nad skutecznością oddziaływania mediów masowych (*Medienwirkungsforschung*).
2. Dyscypliny cząstkowe (*Teildisziplinen*), mające dwojaki charakter:
  - nauki szczegółowe wyłącznie związane z nauką o komunikowaniu:
    - historia komunikowania i historia mediów masowych,
    - teorie komunikowania, mediów masowych i PR,
    - polityka komunikowania,
    - empiryczne badania nad komunikowaniem,
    - badania nad strukturą mediów masowych,
  - nauki szczegółowe o charakterze transdyscyplinarnym, wykraczającym poza obszar nauki o komunikowaniu:
    - psychologia mediów,
    - pedagogika mediów,

---

<sup>1</sup> Zob. BENTELE, BROSIUS, JARREN 2003: 9; SILBERMANN 1982: 245.

- ekonomia mediów,
  - prawo medialne.
3. Historia nauki o komunikowaniu (*Geschichte der Kommunikationswissenschaft*), koncentrująca się na historycznym rozwoju tej nauki w USA i w Niemczech.
  4. Nauka o komunikowaniu publicznym (*Publizistikwissenschaft*)<sup>2</sup>.
  5. Metody badawcze (*Forschungsmethoden*).
  6. Teoria komunikowania.
  7. Pojęcia komunikowania (*Begriffe der Kommunikation*).
  8. Możliwości studiowania nauki o komunikowaniu.
  9. Literatura i źródła nauki o komunikowaniu.

Zasadniczym przedmiotem zainteresowania dwóch pierwszych elementów przedstawionej struktury, czyli głównych obszarów badawczych oraz dyscyplin cząstkowych, są media masowe, ich struktura, specyfika i oddziaływanie. Stąd też nauka o mediach masowych (*Medienwissenschaft*) jest w Niemczech traktowana jako fundament nauki o komunikowaniu, a czasami wręcz z nią utożsamiana. Jednak w większości wypadków podkreśla się szerszy zakres problemowy nauki o komunikowaniu, która w dużo większym stopniu niż nauka o mediach masowych zajmuje się różnymi aspektami lingwistycznymi i humanistycznymi procesu komunikowania społecznego<sup>3</sup>.

Aby przedstawić obecne oblicze niemieckiej nauki o komunikowaniu, trzeba odpowiedzieć na fundamentalne pytanie: Jakie obszary badawcze, jakie dyscypliny szczegółowe w niej dominują, stanowią swoisty badawczy *mainstream*, a jakie mają znaczenie drugoplanowe i tworzą jedynie tło prowadzonych badań i dociekań? Wydaje się, że w udzieleniu odpowiedzi na to pytanie pomocna może być analiza tematyki publikacji naukowych z zakresu nauki o komunikowaniu. Treść publikacji naukowych stanowi bowiem wyrazisty wskaźnik stanu badań konkretnej dyscypliny naukowej, odzwierciedla strukturalne ramy danej gałęzi wiedzy i autorefleksję związanych z nią badaczy i teoretyków.

W niemieckiej nauce o komunikowaniu czołową rolę odgrywają dwa periodyki, wydawane pod egidą Niemieckiego Towarzystwa Komunikologicznego (*Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*), zrzeszającego od 1963 r. naukowców z Niemiec i zagranicy

---

<sup>2</sup> *Publizistikwissenschaft* jest najstarszym terminem łączącym się z wczesnym etapem badań głównie prasoznawczych. Pojęcie to często łączy się z terminem *Kommunikationswissenschaft*. Obejmuje wtedy „wszelkie formy indywidualnego i społeczno-publicznego komunikowania” (PÜRER 1998: 9–10). Współcześnie jest ono związane z badaniami nad komunikowaniem publicznym. Zob. MICHALCZYK 2003: 78.

<sup>3</sup> Szerzej ten temat poruszono w pracy zbiorowej *Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeption, Theorien, Methoden, Anwendungen* pod redakcją G. RUSCHA (2002).

zajmujących się różnymi aspektami procesu komunikowania. Pierwszym z tych tytułów jest ukazujący się od 1956 r. kwartalnik „Publizistik”, a drugim — wydawany od 1999 r. przez hamburski Hans-Bredow-Institut kwartalnik „Medien & Kommunikationswissenschaft”, będący następcą popularnego pisma naukowego „Rundfunk und Fernsehen”, którego początki sięgały 1953 r. Każde z tych czasopism zamieszcza na swych łamach artykuły i rozprawy rozpatrujące różne kwestie łączące się z procesem komunikowania społecznego oraz przynosi omówienia i recenzje publikacji istotnych z punktu widzenia nauki o komunikowaniu.

Przeprowadzone w 2008 r. badania tekstów publikowanych w obu kwartalnikach dostarczyły niezwykle ciekawych spostrzeżeń. Objęto nimi artykuły i rozprawy opublikowane w obu pismach w latach 1983—2007. Skoncentrowano się na ilościowym wymiarze analizy<sup>4</sup>. Pozwoliło to na uchwycenie pewnych tendencji i prawidłowości.

Przykładowo, rozpatrując liczbę publikacji, przyjęto 5-letni cykl analizy. Okazało się, że najbardziej obfity w artykuły i rozprawy był okres 1988—1992 (263 publikacje), a więc czas upowszechniania się nowych mediów. Natomiast najmniej publikacji zamieszczono w obu periodykach w ostatnich latach 2003—2007, kiedy to łamy obu pism wypełniło 186 opracowań (tabela 1.). Można wręcz zauważyć spadkowy trend w liczbie publikacji w poszczególnych pięcioleciach od 1988 r. Inaczej rzecz ujmując — im bliżej współczesności, tym mniej artykułów i rozpraw dotyczących różnych aspektów procesu komunikowania.

TABELA 1

**Liczba publikacji zamieszczonych na łamach „Publizistik”  
i „Medien & Kommunikationswissenschaft” w latach 1983—2007**

Periodyki	Lata				
	1983—1987	1988—1992	1993—1997	1998—2002	2003—2007
Publizistik	122	138	93	82	82
RuF oraz M&K	124	125	114	116	104
Razem	246	263	207	198	186

ŹRÓDŁO: BROSIUS, HAAS 2009: 174.

Do równie interesujących refleksji prowadzi rozpatrywanie tematyki analizowanych publikacji. Niestety, w tych badaniach skoncentrowano się na ostatnim pięcioleciu, czyli latach 2003—2007 (tabela 2.). Mimo tego ograniczenia zauważalne są pewne prawidłowości. Po pierwsze — potwierdza się dominacja zagadnień związanych ze skutecznością oddziaływania

<sup>4</sup> Badania te zostały szczegółowo omówione w publikacji: BROSIUS, HAAS 2009.

i społecznym odbiorem mediów masowych. Po drugie, kwestie teoretyczne i metodologiczne wyraźnie ustępują badaniom empirycznym związanym z praktyką komunikowania masowego, publicznego i indywidualnego. Po trzecie, zaznacza się różnorodność rozpatrywanych zagadnień. Mamy tu bowiem do czynienia z badaniami treści wypowiedzi dziennikarskich, z analizą ekonomiki mediów masowych, z badaniami nad zawodem dziennikarskim, nad prawem medialnym i polityką komunikowania, nad historią komunikowania i mediów czy nad znaczeniem czynnika płci w komunikowaniu (badanie genderowe). Widać z tego zestawienia, że niemiecka nauka o komunikowaniu cechuje się rozległością pól naukowej eksploracji. Uwzględnia wiele aspektów komunikowania wykraczających poza ramy komunikowania masowego. Pozostaje zatem nauką o otwartym charakterze, skutecznie broniącą się przed petryfikacją. To nastawienie niemieckich analityków potwierdzają inne badania, które wskazują na to, że rozpatrywana od lat tematyka oddziaływania czy też społecznego odbioru mediów masowych poszerza się o coraz bardziej zauważalną problematykę komunikacji internetowej i postępującej cyfryzacji komunikowania<sup>5</sup>.

TABELA 2

**Tematyka publikacji zamieszczonych na łamach „Publizistik”  
i „Medien & Kommunikationswissenschaft” w latach 2003–2007 (%)**

Tematyka	„Publizistik” (N = 82)	„M & K” (N = 104)	Razem (N = 186)
Badania nad skutecznością oddziaływania mediów	20,7	16,3	18,3
Badania społecznego odbioru mediów masowych	15,9	19,9	18,1
Teoria komunikowania	13,4	10,6	11,8
Badania treści wypowiedzi dziennikarskich	13,4	6,7	9,7
Ekonomika mediów masowych	4,9	11,9	8,8
Badania nad dziennikarzami, komunikatorami	8,5	5,8	7,0
Polityka komunikowania, prawo medialne	2,4	9,6	6,5
Metodologia badań	3,7	7,7	5,9
Historia komunikowania i mediów masowych	6,1	2,9	4,3
Komunikowanie indywidualne	0,0	2,9	1,6
Badania genderowe	1,2	1,9	1,6
Pozostałe	0,0	1,9	1,1

ŹRÓDŁO: BROSIUS, HAAS 2009: 176.

<sup>5</sup> Zob. DONSBACH, LAUB, HAAS, BROSIUS 2005.

Dokładnie analizując treści obu periodyków w ostatnim okresie, czyli w latach 2008 i 2009, można dostrzec pewne przesunięcie akcentów badawczych (zob. tabela 3.). O ile w czołówce tematów poruszanych na łamach obu pism pozostają badania społecznego odbioru mediów i teoria komunikowania, o tyle wyraźnie zwiększa się zainteresowanie zagadnieniami związanymi z polityką komunikowania, polityką medialną i prawem regulującym działania mediów masowych w Niemczech. Pojawiają się również wątki problemowe, niezauważalne w badaniach zawartości obejmujących lata 2003–2007. Są to zasadniczo dwie kwestie: funkcjonowanie systemu medialnego w RFN i innych krajach oraz wzajemne relacje łączące nowe media (głównie Internet) z mediami tradycyjnymi. Znacząca obecność tych obu tematów wskazuje na rosnącą rangę systemowego podejścia w rozpatrywaniu różnych aspektów komunikowania masowego, podejścia szczególnie ważnego w analizie różnorodnych relacji i powiązań, łączących media masowe z ich otoczeniem.

Na uwagę zasługuje też podejmowanie w latach 2008–2009 spraw mieszczących się w obrębie nauk szczegółowych związanych z medioznawstwem, takich jak psychologia komunikowania, historia czy ekonomika mediów. Można to odczytać jako podkreślenie, że w redagowaniu obu niemieckich periodyków nie zapomina się o szerokim, interdyscyplinarnym charakterze niemieckiej nauki o komunikowaniu.

TABELA 3

**Tematyka publikacji zamieszczonych na łamach „Publizistik”  
i „Medien & Kommunikationswissenschaft” w latach 2008–2009 (%)**

Tematyka	„Publizistik” (N = 35)	„M & K” (N = 32)	Razem (N = 67)
Badania społecznego odbioru mediów masowych	17,1	25,0	20,9
Teoria komunikowania	25,7	12,5	19,4
Polityka komunikowania, polityka medialna, prawo medialne	11,4	25,0	17,9
Badania nad dziennikarzami, komunikatorami	14,3	12,5	13,4
Funkcjonowanie systemów medialnych	17,1	3,1	10,4
Nowe media a media tradycyjne	2,9	9,4	6,0
Badania treści wypowiedzi dziennikarskich	5,7	3,1	4,5
Psychologia komunikowania	2,9	3,1	3,0
Historia mediów	2,9	3,1	3,0
Ekonomika mediów	—	3,1	1,5

To nastawienie redakcji obu pism medioznawczych potwierdza się, gdy uwzględnimy związek autorów opublikowanych tekstów z kon-



kretną dyscypliną naukową, którą się zajmują (tabela 4.). Przekonamy się wówczas, że trwała tendencją zauważalną w latach 1983–2007 był wzrost liczby autorów wywodzących się z kręgu badaczy reprezentujących naukę o komunikowaniu. O ile w latach 1983–1987 stanowili oni tylko 32,5% wszystkich autorów, o tyle w latach 2003–2007 byli już grupą zdecydowanie dominującą, wynoszącą 67,2% wszystkich autorów publikujących na łamach „Publizistik” i „Medien & Kommunikationswissenschaft”<sup>6</sup>. Świadczy to o postępującej homogeniczności środowiska niemieckich badaczy masowego komunikowania. Trzeba również zauważyć, że w dalszym ciągu obejmuje ono naukowców związanych z metodologią i organizacją badań, z naukami społecznymi, z naukami filologicznymi, prawniczymi oraz ekonomicznymi. Reprezentanci nauk społecznych (socjologowie, politolodzy, filozofowie, pedagodzy, psychologowie czy historycy) są zresztą drugą pod względem liczebności grupą, stanowiącą w latach 2003–2007 11,7% wszystkich autorów.

TABELA 4

**Dyscypliny naukowe reprezentowane przez autorów publikacji zamieszczonych na łamach „Publizistik” i „Medien & Kommunikationswissenschaft” w latach 1983–2007 (%)**

Dyscypliny naukowe	Lata				
	1983–1987	1988–1992	1993–1997	1998–2002	2003–2007
Nauka o komunikowaniu	32,5	37,5	43,8	54,7	64,8
Organizacja i prowadzenie badań	4,4	4,2	19,3	9,3	4,7
Nauki społeczne	12,3	14,7	15,5	9,1	11,7
Inne dyscypliny uniwersyteckie	6,7	5,1	5,8	11,5	6,6
Pozauniwersyteckie specjalności naukowe	44,3	38,5	15,7	15,3	9,8

ŹRÓDŁO: BROSIUS, HAAS 2009: 177.

Od lat 80. XX w. w obu periodykach systematycznie wzrastała liczba kobiet wśród publikujących. O ile w latach 1983–1987 kobiety stanowiły 15% wszystkich autorów, o tyle w okresie 2003–2007 ich odsetek zwiększył się do 32%. Niemiecka nauka o komunikowaniu przestała być zatem domeną badaczy płci męskiej.

Naukowcy i badacze reprezentują nie tylko konkretne dyscypliny naukowe, ale także ośrodki naukowe i placówki badawcze. Instytucjonalny wymiar każdej nauki świadczy o stopniu jej rozwoju i społecznym znaczeniu. Jeśli spojrzeć od tej strony na autorów prac opublikowanych

<sup>6</sup> Zob. BROSIUS, HAAS 2009: 176–177.

w obu analizowanych pismach, to w latach 2003–2007 pochodzili oni z 82 (głównie niemieckich) instytucji i ośrodków naukowych. W tej grupie można jednak zauważyć dominację 9 placówek naukowo-badawczych. Autorzy z nich się wywodzący opublikowali bowiem połowę artykułów i opracowań w obu periodykach. Jeśli zaś wziąć pod uwagę 15 instytucji naukowych najliczniej reprezentowanych na łamach obu periodyków, to związani z nimi autorzy opublikowali prawie 2/3 analizowanych prac. Wśród tych ośrodków tylko jeden nie ma charakteru uniwersyteckiego – hamburski Hans-Bredow-Institut, pozostałe to uniwersyteckie instytuty zajmujące się kształceniem studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz badaniami różnych aspektów masowego komunikowania. W tej grupie trzy instytuty wiodą zdecydowanie prym, gdyż pochodzący z nich naukowcy są autorami 30,5% opublikowanych prac<sup>7</sup>. Do tej niewątpliwiej elity niemieckich ośrodków uniwersyteckich należą: Instytut Nauki o Komunikowaniu i Badań nad Mediami (Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung) Uniwersytetu w Monachium, Instytut Nauki o Komunikacji Społecznej i Badań nad Mediami (Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung) Uniwersytetu w Zurychu oraz Instytut Dziennikarstwa i Badań nad Komunikowaniem (Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung) Wyższej Szkoły Muzycznej i Teatralnej w Hanowerze. W świetle przytoczonych danych można zatem postawić tezę, że w niemieckiej nauce o komunikowaniu występuje swoista koncentracja instytucjonalna.

Taka sytuacja ma swoje dobre i złe strony. Dominacja wąskiej grupy ośrodków naukowych (w Niemczech jest ponad 100 uniwersytetów) może działać na niekorzyść innych, z reguły mniejszych placówek naukowo-badawczych. Oznacza w praktyce marginalizację ich dokonań, a to może odbić się ujemnie na niemieckiej nauce o komunikowaniu, jako że naukowa debata z udziałem ograniczonej liczby uczestników i ośrodków nie służy dobrze rozwojowi żadnej nauki. W grupie autorów wywodzących się z czołowej grupy instytucji naukowo-badawczych jest coraz więcej osób młodych wybierających drogę naukowej kariery i publikujących na łamach naukowych periodyków<sup>8</sup>. Dla ciągłości pracy naukowej ma to kluczowe znaczenie, jest gwarancją jej dalszego postępu<sup>9</sup>.

Zmiana pokoleniowa w środowisku badaczy może pociągnąć za sobą zaostrzenie dyskusji nad kierunkami rozwoju niemieckiej nauki o komunikowaniu. Coraz częściej mówi się o potrzebie skonkretyzowania zadań tej nauki, o potrzebie nakreślenia obszarów bardziej konkretnych i sil-

<sup>7</sup> Zob. BROSIUS, HAAS 2009: 179.

<sup>8</sup> Zob. BROSIUS, HAAS 2009: 188.

<sup>9</sup> Zob. WIRTH, STÄMPFLI, BÜCKING, MATTHES 2008: 85.



niej związanych z praktyką badań nad komunikacją społeczną (*konkrete Kommunikationsforschung*)<sup>10</sup>. Kryzys ekonomiczny w 2008 r. uświadomił bowiem potrzebę rozpatrywania w nauce o komunikowaniu takich zagadnień, jak: nowy *gate-keeping*, rola dziennikarstwa elitarnego, znaczenie reklamy medialnej, relacje między dziennikarstwem a *public relations*, ekonomika przedsiębiorstwa medialnego, wpływ nowych mediów na media tradycyjne<sup>11</sup>. W nauce o komunikowaniu splatają się przecież problemy społeczne, polityczne, psychologiczne, ekonomiczne, pedagogiczne oraz historyczne. Dlatego wymogiem współczesności staje się ich systemowa analiza, mająca otwarty, interdyscyplinarny charakter. Interdyscyplinarność, przenikanie się punktów widzenia właściwych dla różnych dyscyplin naukowych stanowi bowiem metodologiczne jądro nauki o mediach masowych i komunikacji społecznej.

## Literatura

- BENTELE G., BROSIUS H.-B., JARREN O., 2003: *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden.
- BROSIUS H.-B., HAAS A., 2009: *Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. Themen und Herkunft der Beiträge in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft*. „Publizistik”, H. 2.
- DONSBACH W., LAUB T., HAAS A., BROSIUS H.-B., 2005: *Anpassungsprozesse in der Kommunikationswissenschaft. Themen und Herkunft der Forschung in den Fachzeitschriften „Publizistik” und „Medien & Kommunikationswissenschaft*. „Medien & Kommunikationswissenschaft”, H. 1.
- HACHMEISTER L., 2008: *Konkrete Kommunikationsforschung*. „Publizistik”, H. 4.
- MICHALCZYK S., 2003: Główne nurty w niemieckiej nauce o komunikowaniu masowym. „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2.
- PÜRER H., 1998: *Einführung in die Publizistikwissenschaft. Systematik, Fragenstellungen, Theorieansätze, Forschungstechniken*. München—Konstanz 1998.
- RUSCH G., Hrsg., 2002: *Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeption, Theorien, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden.
- SILBERMANN A., 1982: *Handbuch der Massenkommunikation und Medienforschung*. Berlin.
- WIRTH W., STÄMPFLI I., BÜCKING S., MATTHES J., 2008: *Wege nach Rom? Berufssituation und Karrierestrategien des promovierten Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. „Publizistik”, H. 1.

<sup>10</sup> Zob. HACHMEISTER 2008: 477–487.

<sup>11</sup> Zob. HACHMEISTER 2008: 477–478.

Zbigniew Oniszcuk

## The contemporary face of German communication studies

### Summary

The author points out nine fundamental components in the contemporary German communication studies (*Kommunikationswissenschaft*): (1) main research areas: studies on a sender, communicator, studies on the content of mass media, studies on the characteristics and specificity of mass media, studies on a social reception of mass media, studies on the effectiveness of mass media influence; (2) partial disciplines; (3) the history of communication studies; (4) political studies; (5) research methods; (6) communication theory; (7) understanding communication; (8) opportunities of studying communication studies; (9) literature and sources of communication studies. The author, after asking vital question on dominating research areas, suggests looking for an answer via the analysis of the topics of academic publications within the communication studies. He takes a closer look at two important quarterly journals: *Publizistik* and *Medien & Kommunikationswissenschaft*.

Key words: communication studies, mass media, communication studies disciplines, communication studies in Germany

Zbigniew Oniszcuk

## Gegenwärtiges Gesicht der deutschen Kommunikationswissenschaft

### Zusammenfassung

Der Verfasser stellt neun Hauptelemente der gegenwärtigen deutschen Kommunikationswissenschaft dar: 1. wichtigste Forschungsfelder: Senderforschung, Kommunikatorforschung, Medieninhaltsforschung, Mediennutzungsforschung, Rezipientenschaftforschung, Medienwirkungsforschung; 2. Teildisziplinen; 3. Geschichte der Kommunikationswissenschaft; 4. Lehre von öffentlicher Kommunikation; 5. Forschungsmethoden; 6. Kommunikationstheorien; 7. Kommunikationsbegriffe; 8. verschiedene Möglichkeiten, die Kommunikationswissenschaft zu studieren; 9. Literatur und wissenschaftliche Quellen. Er stellt eine bedeutende Frage nach den wichtigsten Forschungsfeldern und versucht sie zu beantworten, wissenschaftliche Publikationen aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft untersuchend. Besonders genau werden von ihm dabei zwei wichtige Periodika: *Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft* ausgearbeitet.

Schlüsselwörter: Kommunikationswissenschaft, Massenmedien, Teildisziplinen der Kommunikationswissenschaft, Kommunikationswissenschaft in Deutschland